

Progetto Accessibilità

Alessandro Gurnari

2

RIEPILOGO PARTE 1

Fase 1: ho aggiunto un ulteriore aspetto (disabilità) al background di ogni persona creata per il progetto *Discovery*, in modo da analizzare il sito da diversi punti di vista e renderlo il più accessibile e inclusivo possibile

Fase 2: ho elaborato una user journey per ciascuna delle personas per studiare e migliorare l'esperienza utente sotto vari aspetti

Fase 3: ho raccolto le difficoltà incontrate dalle personas durante l'interazione col sito web e, una volta corrette, ho realizzato le nuove user journey

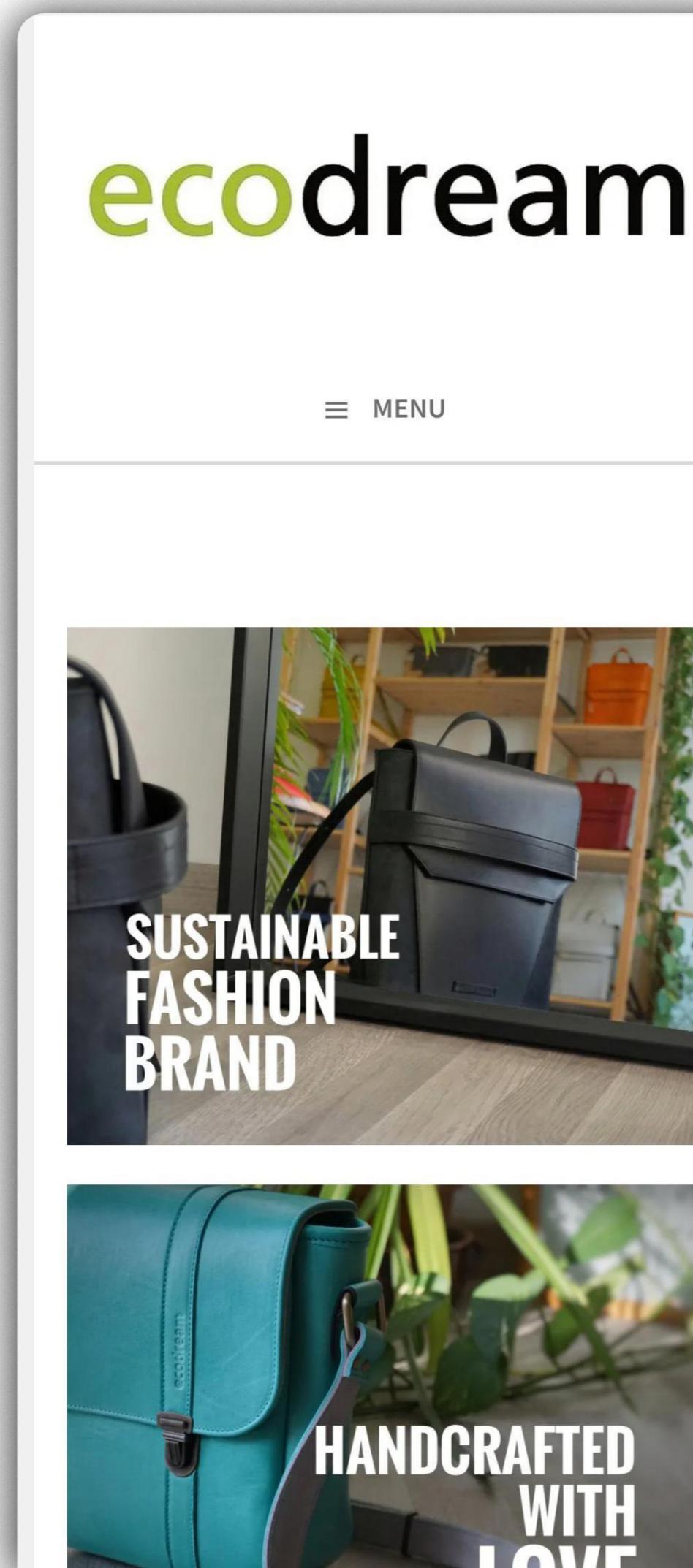
FASI DEL PROGETTO

Fase 1: ho esaminato cinque pagine del sito *Ecodream* per identificare possibili problemi di accessibilità

Fase 2: a seguito di un'attenta analisi delle problematiche riscontrate nelle diverse pagine, ho suggerito una serie di interventi per ottimizzare l'accessibilità del sito

Fase 3: ho presentato un resoconto finale che evidenzia le problematiche più rilevanti e frequenti

Homepage



- il logo non ha un testo alternativo
- non è presente una barra di ricerca
- manca il carrello
- problemi nella navigazione con il tasto tab: non è possibile selezionare il *menù* con le sue categorie
- il posizionamento centrale del tasto *menu* non è il più efficiente possibile risultando difficile da cliccare per chi ha difficoltà motorie
- le immagini non hanno un testo alternativo
- le immagini con link non hanno l'attributo che fornisca dettagli sulla destinazione del link

- basso contrasto tra testo e sfondo
- il tasto *scopri di più* non fornisce un contesto significativo

BORSE & ZAINI SOSTENIBILI

ecodream è un brand indipendente di moda sostenibile, specializzato in borse, zaini ed accessori eco-friendly. I nostri prodotti sono realizzati con varie tipologie di materiali di recupero e/o riciclati, principalmente scarti di produzione, rimanenze di magazzino ed eccedenze. Tutti i prodotti sono eco-sostenibili. Le proposte includono prodotti vegan ed upcycling. La produzione è artigianale ed è totalmente *Made in Italy*.

SCOPRI DI PIÙ



- cliccando sulle immagini, non si viene reindirizzati alle rispettive pagine prodotto: vengono solo ingrandite



- utilizzo di un linguaggio specifico
- la parola *translate* dovrebbe essere scritta in italiano

ACHIEVEMENTS



Translate »

Categorie di prodotto

EMESS

Visualizzazione di 34 risultati

Ordinamento predefinito ▾

EMESS | BORSA IN PELLE NERA
120,00€

Aggiungi al carrello

EMESS | BORSA IN PELLE BLU
120,00€

EMESS | BORSA IN PELLE ROSSA

Aggiungi al carrello

- l'assenza del breadcrumb rende più difficile per l'utente orientarsi e muoversi facilmente all'interno del sito
- il titolo *Emess* non rappresenta chiaramente il contenuto della pagina, risultando poco descrittivo
- mancano i filtri che potrebbero aiutare l'utente, facilitandone la ricerca
- il contrasto del titolo del prodotto e del prezzo è troppo basso
- la dimensione del prezzo è troppo ridotta, rendendolo poco visibile per chi ha difficoltà visive

Scheda prodotto



120,00€

Disponibile

AGGIUNGI AL CARRELLO

Acquista con  Pay

COD: EMESS344 Categoria: EMESS Tag: borsa, borsetta, donna, manico, nera, nero, tracolla

- le immagini non hanno un testo alternativo
- il prezzo e la disponibilità hanno un basso contrasto
- nei pulsanti il focus indicator non è visibile
- i link non si distinguono facilmente dal resto del testo e non se ne comprende la destinazione
- il termine *EMESS344* non fornisce informazioni rilevanti per l'utente
- la descrizione del prodotto è gestita in modo inefficiente
- i testi presentano un contrasto debole, risultando difficili da leggere

BORSA CON TRACOLLA A CINTURINO | PELLE NERA [EMESS344]

DIMENSIONE

larghezza: 37 cm

altezza: 26 cm

profondità: 14 cm

COMPOSIZIONE

- **Esterno**

Pelle: scarti/eccedenze di produzione

- **Interno**

Tessuto sintetico: eccedenze/rimanenze di produzione

- **Dettagli**

Pelle: scarti di produzione

CARATTERISTICHE

È la borsa sostenibile concepita per chi ricerca un prodotto capiente, ma allo stesso tempo elegante e di design. Grazie alle dimensioni spaziose e alla struttura solida è adatta a riporre, oltre ai propri oggetti personali, documenti di lavoro, libri, un tablet o un notebook di piccole dimensioni. La serratura bloccante garantisce la massima sicurezza. La borsa può essere portata a mano, usufruendo del manico, o a tracolla.

Il prodotto ha una tasca interna con cerniera e un pratico moschettone. La chiusura ha una serratura che ne permette il bloccaggio, attraverso l'ausilio di una chiave fornita in dotazione. Il prodotto è accessoriato con una tracolla a cinturino realizzata in pelle, regolabile in lunghezza.

NOTE

Il prodotto è unico e non replicabile.

Il prodotto può avere piccoli graffi, abrasioni, grinze o macchie, in quanto si tratta di materiali di recupero e/o riciclati, che per loro natura non

- i testi sono lunghi e mancano di parole chiave evidenziate in grassetto per una lettura più immediata
- assenza di voti e recensioni di altri utenti
- le note dovrebbero stare ad inizio pagina
- basso contrasto per i prodotti correlati
- il titolo *Ecodream Design* non rispetta la gerarchia dei titoli, con un livello saltato nell'intera pagina
- mancano i contatti
- i loghi dei social sono troppo piccoli (16px), risultando difficili da cliccare
- in tutto il sito non è presente una *chat live*

NOTE

Il prodotto è unico e non replicabile.

Il prodotto può avere piccoli graffi, abrasioni, grinze o macchie, in quanto si tratta di materiali di recupero e/o riciclati, che per loro natura non possono essere "perfetti", si tratta di un aspetto che contribuisce a caratterizzare il prodotto, ed esprime la sua anima eco.

← EMESS | borsa in pelle rossa EMESS | borsa in pelle bordeaux →

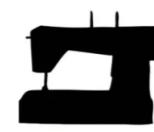
ECODREAM DESIGN

Via Giorgio La Pira, 25/27
50032 Borgo San Lorenzo (FI)
ITALIA

P.IVA: 06630980487

info@ecodreamdesign.it





ECODREAM È UN BRAND
INDIPENDENTE DI MODA
SOSTENIBILE,
SPECIALIZZATO IN BORSE,
ZAINI ED ACCESSORI ECO-
FRIENDLY. I NOSTRI

- le immagini non hanno un testo alternativo
- il testo interno all'immagine ha un basso contrasto
- difficile la navigazione tramite tastiera
- non è presente un struttura gerarchica dei titoli, i quali non vengono considerati nella navigazione da tastiera
- testi molto lunghi, mal divisi in paragrafi e con poche parole in grassetto
- i link non si distinguono dal resto del testo

L'industria della moda è uno dei settori economici più impattanti sotto il profilo ambientale. La produzione delle materie prime necessarie alla *fashion industry* genera il consumo di un volume importantissimo di risorse del pianeta e il rilascio nell'ambiente di ingenti quantità di sostanze tossiche e dannose. Negli ultimi anni si è assistito ad un modello di consumo sempre più orientato alla *fast fashion*. I prodotti moda sono sempre più visti come un bene usa e getta, andando a generare ogni anno una quantità smisurata di rifiuti. A questo si aggiunge una rilevante quantità di materiale che le aziende della moda, e non, scartano. Materiali che potrebbero essere ancora immessi nel ciclo produttivo, ma che le aziende, per tutta una serie di ragioni, preferiscono scartare.

Il nostro brand nasce dalla volontà di avere un modello diverso rispetto a quello che ha caratterizzato il mondo della moda negli ultimi decenni.

Nel nostro operato interiorizziamo i valori della **sustainable fashion** e del movimento della **Fashion Revolution**. Per un'industria della moda che rispetti le persone, l'ambiente, la creatività e il profitto in eguale maniera, con l'obiettivo di avere un futuro più etico e sostenibile. Siamo anche stati inseriti nella **Revolution Map**, la mappa redatta da *Fashion Revolution Italia* con gli indirizzi green in Italia. ([clicca qui per scoprire cos'è la Fashion Revolution](#))

Checkout

CHECKOUT

Sei già un cliente? Fai clic qui per accedere

Hai un codice promozionale? Fai clic qui per inserire il tuo codice promozionale

Acquista con G Pay

— OR —

DETTAGLI DI FATTURAZIONE

Nome *

Cognome *

Nome della società (opzionale)

Paese/regione *

- i link *fai clic qui per accedere e fai clic qui per inserire il tuo codice promozionale* sono poco distinguibili
- la registrazione tramite social non è disponibile, obbligando l'utente a compilare molti campi
- struttura della pagina troppo lunga e mal suddivisa
- difficile navigare con la tastiera
- manca un riepilogo dettagliato dell'ordine prima che l'utente confermi l'acquisto

IL TUO ORDINE

PRODOTTO	SUBTOTALE
EMESS borsa in pelle nera × 1	120,00€
SUBTOTALE	120,00€
SPEDIZIONE	Corriere espresso: 6,00€
	<input checked="" type="radio"/> Corriere espresso - REVERSE (reso/cambio gratuiti): 10,00€
	<input type="radio"/> Ritiro in sede
TOTALE	126,00€

Carta di credito/carta di debito 

Numero carta 

Data di scadenza

Codice di sicurezza

Homepage

- il logo non ha un testo alternativo
- + il logo deve includere un testo alternativo che ne permetta l'immediata identificazione

- non è presente una barra di ricerca
- + aggiungere una barra di ricerca

- manca il *carrello*
- + aggiungere il *carrello* nel *menù*

- problemi nella navigazione con il tasto tab: non è possibile selezionare il *menù* con le sue categorie
- + aggiornare correttamente gli attributi degli elementi così da renderli selezionabili tramite il tasto tab

- il posizionamento centrale del tasto *menù* non è il più efficiente possibile risultando difficile da cliccare per chi ha difficoltà motorie
- + posizionare il *menù* sul lato sinistro o destro dello schermo per garantire un accesso più rapido e intuitivo

- le immagini non hanno un testo alternativo
- + inserire il testo alternativo alle immagini

- le immagini con link non hanno l'attributo che fornisca dettagli sulla destinazione del link
- + aggiungere l'attributo *title* alle immagini con link per descrivere la destinazione del collegamento

- basso contrasto tra testo e sfondo
- + aumentare il contrasto tra il testo e lo sfondo

- il tasto *scopri di più* non fornisce un contesto significativo
- + il tasto deve avere un testo più descrittivo come *scopri i nostri valori*

- cliccando sulle immagini, non si viene reindirizzati alle rispettive pagine prodotto: vengono solo ingrandite
- + cliccando sulle immagine si deve raggiungere la scheda prodotto corrispondente

- utilizzo di un linguaggio specifico
- + utilizzare una terminologia di più facile comprensione

- la parola *translate* dovrebbe essere scritta in italiano
- + modificare la parola in *lingua* ed inserire la funzione nel *menù*

Categorie di prodotto

- l'assenza del breadcrumb rende più difficile per l'utente orientarsi e muoversi facilmente all'interno del sito
- + integrare il breadcrumb nella pagina per migliorare la navigazione e consentire all'utente di orientarsi con facilità

- il titolo *Emess* non rappresenta chiaramente il contenuto della pagina, risultando poco descrittivo
- + il titolo dovrebbe includere la tipologia di prodotto, ad esempio *borsa*, per fornire all'utente un'indicazione chiara sul contenuto della pagina

- mancano i filtri che potrebbero aiutare l'utente, facilitandone la ricerca
- + aggiungere filtri per aiutare l'utente a perfezionare la ricerca

- il contrasto del titolo del prodotto e del prezzo è basso
- + aumentare il contrasto del titolo del prodotto e del prezzo

- la dimensione del prezzo è troppo ridotta, rendendolo poco visibile per chi ha difficoltà visive
- + aumentare la dimensione del prezzo

Scheda prodotto

- le immagini non hanno un testo alternativo
 - + inserire un testo alternativo alle immagini

 - il prezzo e la disponibilità hanno un basso contrasto
 - + aumentare il contrasto del prezzo e la disponibilità del prodotto

 - nei pulsanti il focus indicator non è visibile
 - + adattare i colori del focus indicator per migliorarne la visibilità e facilitare l'uso

 - i link non si distinguono facilmente dal resto del testo e non se ne comprende la destinazione
 - + i link devono avere un colore differente rispetto al testo e devono essere sottolineati per facilitarne l'identificazione; inoltre va aggiunto l'attributo *title* nei link per comprendere la destinazione del link

 - il termine *EMESS344* non fornisce informazioni rilevanti per l'utente
 - + eliminare il termine *EMESS344*: è superfluo

 - la descrizione del prodotto è gestita in modo inefficiente
 - + ottimizzare il layout della descrizione del prodotto per facilitarne la lettura e la scansione visiva

 - i testi presentano un contrasto debole, risultando difficili da leggere
 - + aumentare il contrasto dei testi
-
- i testi sono lunghi e mancano di parole chiave evidenziate in grassetto per una lettura più veloce
 - + sintetizzare il testo e inserire parole chiave in grassetto

 - assenza di voti e recensioni di altri utenti
 - + integrare una sezione che permetta agli utenti di lasciare recensioni e voti sui prodotti

 - le note dovrebbero stare ad inizio pagina
 - + posizionare le note del prodotto all'inizio della pagina per renderle facilmente leggibili

 - basso contrasto per i prodotti correlati
 - + aumentare il contrasto per i prodotti correlati

 - il titolo *Ecodream Design* non rispetta la gerarchia dei titoli, con un livello saltato nell'intera pagina
 - + assicurarsi che la gerarchia dei titoli sia rispettata in tutta la pagina

 - mancano i contatti
 - + aggiungere i contatti

 - i loghi dei social sono troppo piccoli (16px), risultando difficili da cliccare
 - + i loghi dei social media devono avere una dimensione minima di 48px per assicurare che siano facilmente cliccabili

 - in tutto il sito non è presente una *chat live*
 - + aggiungere al sito una *chat live*

About

- le immagini non hanno un testo alternativo
- + aggiungere un testo alternativo alle immagini

- il testo interno all'immagine ha un basso contrasto
- + aumentare il contrasto tra il testo e l'immagine

- difficile la navigazione tramite tastiera
- + la navigazione tramite tastiera deve essere organizzata in un ordine logico e intuitivo

- non è presente un struttura gerarchia dei titoli, i quali non vengono considerati nella navigazione da tastiera
- + la gerarchia dei titoli (h1, h2, h3, h4, h5, h6) deve essere seguita in modo coerente su tutta la pagina, evitando salti tra i livelli

- testi molto lunghi, mal divisi in paragrafi e con poche parole in grassetto
- + sintetizzare i testi e usare il grassetto per le parole chiave in modo da velocizzare la lettura

- i link non si distinguono dal resto del testo
- + i link devono avere attributi *alt* o *title* per indicare in modo chiaro la loro destinazione

Checkout

- i link *fai clic qui per accedere* e *fai clic qui per inserire il tuo codice promozionale* sono poco distinguibili
- + il link per la registrazione dovrebbe essere più chiaro e descrittivo, come *Registrati ora*, e reso più visibile con un colore distintivo e la tipica sottolineatura dei link

- la registrazione tramite social non è disponibile, obbligando l'utente a compilare molti campi
- + implementare l'opzione di registrazione come ospite o tramite i social media per offrire maggiore flessibilità

- struttura della pagina troppo lunga e mal suddivisa
- + dividere il processo di checkout in passaggi separati per facilitarne l'uso e alleggerire il carico cognitivo

- difficile navigare con la tastiera
- + migliorare la navigazione tramite tastiera

- manca un riepilogo dettagliato dell'ordine prima che l'utente confermi l'acquisto
- + fornire un riepilogo dettagliato dell'ordine prima che l'utente proceda con la conferma dell'acquisto

Considerazioni finali

L'analisi del sito ha evidenziato significative **lacune nell'accessibilità** e nella user experience, con una **mancata conformità alle WCAG (Web Content Accessibility Guidelines)**. Il sito non supporta adeguatamente tecnologie assistive come la navigazione da tastiera o i comandi vocali, limitando l'accesso agli utenti con disabilità e mettendo a rischio la reputazione e la conformità legale dell'azienda.

Gli **errori tecnici** riguardano la **struttura del codice**, con un uso scorretto di attributi e tag HTML, e la totale **assenza di attributi ARIA**. Questi problemi compromettono la navigazione tramite screen reader, essenziale per utenti non vedenti, e rendono frustrante l'uso della tastiera, con elementi difficili da individuare. Inoltre, la mancanza di testo alternativo per immagini e link e una struttura di navigazione poco logica creano ulteriori barriere.

Dal punto di vista della **user experience (UX)**, testi lunghi e mal formattati ostacolano la ricerca rapida di informazioni, mentre gerarchie di titoli mal definite confondono i dispositivi assistivi. L'assenza di elementi essenziali per un e-commerce, come barra di ricerca, filtri e carrello, peggiora ulteriormente l'esperienza.

Il processo di **checkout è complesso** e poco organizzato, un fattore che spinge molti utenti ad abbandonare il sito prima di completare l'acquisto. L'assenza di opzioni di registrazione tramite social media o come ospite aumenta la frustrazione. Inoltre, la mancanza di recensioni e valutazioni limita la capacità degli utenti di prendere decisioni informate.

Dal punto di vista della **user interface (UI)**, problemi di contrasto tra testi e sfondi rendono i contenuti difficili da leggere, penalizzando gli utenti con difficoltà visive. Elementi chiave del sito, come i loghi social nel footer, sono troppo piccoli e difficili da selezionare, compromettendo la navigazione e la connessione con i social media dell'azienda. Altri problemi includono l'uso inconsistente di colori, stili e layout, la mancanza di feedback visivo interattivo e un design complessivo poco accattivante e disorganizzato, che riduce l'appeal visivo dell'e-commerce.

Grazie per l'attenzione

email: alessandro.gurnari111298@gmail.com